

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi di Indonesia masih berada dikondisi tingkat kemiskinan yang tinggi di mana masih banyak pengangguran dan diperlukannya lapangan pekerjaan. Maka untuk menambah lapangan pekerjaan membuka suatu usaha menjadikan pilihan yang tepat. Indonesia saat ini membutuhkan banyak wirausaha muda karena syarat untuk menjadi suatu negara yang maju diperlukannya entrepreneur minimalnya dua persen dari seluruh total populasi dalam tiap negara, sedangkan Indonesia sendiri masih jauh dari yang saat ini dibutuhkan.

Pengertian dari kewirausahaan itu sendiri secara umum adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang diambil dari (S. K. S. Dewi, 2017) wirausaha dapat diartikan seseorang yang bisa meningkatkan bakatnya dalam mengenali produk baru, menyusun operasi untuk produk baru serta menentukan cara produksi baru dan mengatur permodalan operasinya.

Sebagaimana pernah dikemukakan dari hasil penelitian Thomas Stanley dan William Danko yang diambil dari (S. K. S. Dewi, 2017) pemilik perusahaan sendiri mencapai 2/3 dari jutawan Amerika Serikat, orang-orang yang bekerja memiliki perusahaan sendiri empat kali lebih besar untuk menjadi jutawan dari pada orang yang bekerja untuk orang lain. Tidak semua orang mampu untuk berani mengambil risiko untuk membuka lapangan pekerjaan karena tingginya tingkat kegagalan yang bisa terjadi kedepannya membuat kepercayaan diri para wirausahawan baru menjadi tidak yakin dengan membuka usaha yang ingin dijalani.

Menjawab teori diatas, beberapa dari para wirausaha yang saat ini telah berhasil pastinya sebelum itu telah mengalami kegagalan terlebih dulu sehingga produknya dapat terkenal. Kegagalan yang terjadi dalam membangun suatu usaha seharusnya bisa dijadikan pembelajaran untuk terus berusaha bukan malah terpuruk dengan keadaan dan tidak melanjutkan kembali usaha yang telah dijalani selama ini.

Minat berwirausaha menurut para ahli seperti Santoso, (1993) dalam Wuland guari, (2013) memberikan definisi yaitu sebagai suatu gejala psikis dengan mengarahkan kepedulian atau perhatian dalam menentukan tindakan terhadap wirausaha dengan perasaan yang membahagiakan karena memberikan suatu manfaat yang berarti bagi dirinya. Menumbuhkan minat berwirausaha dalam lingkungan mahasiswa dapat dilakukan dengan cara pembelajaran didalam kurikulum yang mempunyai kaitan dengan hasil produk baru yang dibuat oleh mahasiswa, mengikuti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) dan berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang mempunyai kaitan dengan wirausaha contohnya mengikut pelatihan kewirausahaan, mengikut seminar-seminar tentang kewirausahaan yang diadakan oleh kampus. Maka pemanfaatan *e-commerce* menjadi suatu peluang dalam berdagang khususnya di Indonesia saat ini. Semua sudah menggunakan gadget di zaman sekarang.

E-commerce saat ini sudah makin memenuhi pangsa pasar perdagangan dimana berdagang menjadi lebih mudah dan efisien serta mampu menjangkau daerah-daerah terpencil sekalipun. Pengertian *Electronic Commerce (e-commerce)* dalam (Irmawati, 2011) adalah proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. Jika menurut ahli yaitu (Hildamizanthi, 2011) dalam Irmawati, (2011) *electronic commerce* dapat dikatakan suatu adanya proses pembelian dan penjualan produk, jasa, dan informasi yang dijalankan secara elektronik menggunakan jaringan computer. *E-commerce* itu sendiri sudah berkembang di Indonesia diantaranya: Tokopedia, shopee, bukalapak dan lazada keempatnya adalah konten internet komersial yang sering digunakan masyarakat Indonesia untuk berbelanja.

Empat konten internet (komersial) yang sering digunakan untuk membeli barang atau jasa secara online menurut Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII)

Tabel 1.1 4 Konten Komersial Yang Sering Digunakan

| | |
|-----------|-------|
| Shopee | 27,4% |
| Lazada | 14,2% |
| Tokopedia | 5,2% |
| Bukalapak | 3,8% |

Sumber: (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2019-2020)

Dengan daya jual yang lebih luas dan mampu mencakup berbagai wilayah yang akan memudahkan dalam penjualan, tetapi berdagang secara *online* juga diperlukan inovasi dan kreativitas dalam memikat daya tarik para konsumen dan sebagai seorang wirausaha yang baru dalam dunia bisnis mampu melihat pangsa pasar yang ada.

Sebaiknya dalam membuka usaha perlunya memahami beberapa jenis model perdagangan elektronik dapat diklasifikasikan kedalam tiga kategori utama yaitu bisnis ke bisnis di mana transaksi hanya melibatkan produsen, grosir, pengecer di sini perusahaan saling berbisnis satu sama lain dan konsumen akhir tidak ikut terlibat, lalu kedua bisnis ke konsumen. Di sini perusahaan menjual langsung barang atau jasa yang ditawarkan ke konsumen, sebagai konsumen kita bisa melihat gambar, produk serta membaca ulasan-ulasan dari konsumen yang sudah membeli sebelumnya contohnya seperti amazon, shopee atau tokopedia. Ketiga konsumen ke konsumen di mana konsumen berada dalam kontak langsung satu sama lain tidak ada perusahaan yang ikut terlibat biasanya barang yang diperdagangkan itu seperti mobil, sepeda perusahaan seperti *OLX* dan *Quikr* mengikuti model penjualan seperti ini.

Minat dalam berwirausaha terkadang terhalang dengan rasa takut akan kegagalan yang akan terjadi ke depannya dalam persaingan usaha yang semakin sulit diperlukan tekad dan kemauan yang kuat untuk menjadikan usaha agar mampu berhasil dalam jangka panjang. Disini bagaimana pengaruh dari *e-commerce* menjadikan minat berwirausaha dalam mahasiswa Unika Soegijapranata. Meyakinkan para pengusaha muda yang baru bahwa *e-commerce* mampu menjadikan usaha yang ingin dibuka selanjutnya bisa menghasilkan keuntungan yang signifikan. Terutama

bagi mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis di Unika agar merasa yakin dalam memanfaatkan peluang usaha yang ada. Bagi mahasiswa yang telah terlebih dahulu berwirausaha bisa mempraktekan pengetahuan yang diperoleh tentang kewirausahaan sehingga kedepannya lebih mampu untuk bersaing didalam bisnis dan nantinya menggunakan *e-commerce* sebagai sarana menjualkan produk atau jasa yang telah dibangun.

Para wiraushawan *e-commerce* yang cerdas akan sering memeriksa situs mereka untuk memastikan bahwa semuanya berjalan dengan lancar serta tidak menyebabkan masalah tidak terduga bagi para pelanggan. Aturan umum yang terbaik adalah memeriksa situs kita paling tidak setiap bulan atau tiap minggu jika isinya sering berubah.

Di mana selama ini *e-commerce* dapat mempromosikan usaha-usaha bagi individu yang ingin berwirausaha, diharapkan para mahasiswa bisa meningkatkan minat berwirausaha dan yakin dalam memanfaatkan *e-commerce* sebagai alat untuk mempromosikan. Mahasiswa Unika sendiri setidaknya beberapa dari mereka sudah memiliki usaha seperti online shop yang menjual kosmetik, alat kecantikan, baju dan berbagai macam barang lainnya. Pemanfaatan *e-commerce* bisa menjangkau wilayah di luar Semarang yang nantinya usaha dari mahasiswa jika dapat berinovasi serta bisa menarik minat konsumen mampu mendapatkan keuntungan kedepannya dan bisa meningkat seiring berjalannya waktu jika ditekuni secara serius. Kesuksesan dalam usaha ditentukan oleh diri sendiri dan kerja keras.

Oleh karena itu, akan dilakukanya penelitian dalam judul Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : Mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang). Penelitian ini di replikasi dari peneliti Dorris Yadewani dan Reni Wijaya tentang Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus: AMIK Jayanusa Padang) di mana penelitian ini memiliki tujuan adakah pengaruh antara *e-commerce* dalam minat bewirausaha mahasiswa AMIK Jayanuasa Padang dari penelitian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan bahawa secara variabel ekonomi memmpunyai pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausha sehingga mahasiswa AMIK Jayanusa merasa tertantang untuk bisa menyelesaikan semua tugas yang berhubungan dengan *e-commerce*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang ada maka didapatkannya rumusan masalah yaitu : Bagaimanakah pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Unika Soegijapranata ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Unika Soegijapranata.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini:

- Manfaat Teoritis

Di harapkan memberikan tambahan informasi dan pengetahuan dalam bidang kewirausahaan khususnya dalam membahas pengaruh dengan tema *e-commerce* dan menambah referensi bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya yang sama.

- Manfaat Praktis

Penelitian ini mampu memberikan pemikiran yang lebih luas bagi mahasiswa di Unika Soegijapranata terutama bagi mereka yang ingin membuka suatu usaha baru untuk mereka lebih yakin dalam membuka suatu usaha dan semakin meningkatkan minat berwirausaha dan memanfaatkan.